

I. REFORMA LABORAL Y DETERIORO DEL MERCADO DE
TRABAJO. LOS PERIODISTAS EN LOS MEDIOS

HABLANDO EN PLATA

MÓNICA MARTÍNEZ LEYVA

Los tiempos han cambiado vertiginosamente en muy poco tiempo. Hasta el año 2008, en el que la crisis económica se hizo fuerte y decidió ganarnos la batalla, el mercado laboral vivió momentos de bonanza. Es cierto que el periodismo nunca fue una profesión de grandes sueldos, al menos, no en términos generales, pero tampoco llegó a vivir momentos tan crueles y denigrantes como los actuales. Teniendo en cuenta que la Oficina Estadística Europea (Eurostat) ha alertado de que España es el país de la Unión donde más caen los salarios y que la comunicación ha sido uno de los sectores que más ha sufrido la crisis en nuestro país... el panorama es desolador.

Desde el inicio del año 2013 no hemos dejado de recibir titulares negativos sobre la profesión. Y es que cuando no es noticia un ERE lo es el cierre de algún medio. La Asociación de la Prensa de Madrid lleva contabilizados hasta 5.000 afectados, entre otras cosas, por las medidas llevadas a cabo en Telemadrid, los despidos del diario *El País* o el fin de las emisiones de ABC Punto Radio. Y es que, como decía Lola Fernández, secretaria general del Sindicato de Periodistas de Andalucía (SPA), “a este paso, los periodistas en activo seremos una especie a proteger”.

En Madrid los números son más alarmantes, puesto que la presencia de medios es mucho mayor. Pero, en realidad, peor se pone la cosa cuando los que cierran son canales de difusión autonómicos o locales (y al recuerdo me vienen Canal 2 Andalucía, Albacete TVE o Voz Castilla-La Mancha) porque se circunscribe mucho más el ámbito territorial de los afectados.

La Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) ha calificado el 2012 como “un año negro para el periodismo” y ha alertado que “los despidos, el empeoramiento de las condiciones laborales, las ofertas de trabajo esclavistas y los cierres de medios en los últimos años, causan un grave deterioro de la calidad informativa”.

A esta precaria situación del mercado laboral periodístico, hay que unir el empeoramiento de las condiciones de los contratos en el sector. Según el Informe de Salarios de la Comunicación elaborado por Wellcomm (laboratorio de ideas), el perfil del profesional de la comunicación en España es el de una mujer joven, preparada, “milleurista” y con escasas o nulas salidas en los medios tradicionales.

El informe, elaborado mediante encuestas realizadas a los propios trabajadores de los medios, asegura que más del 50% de los profesionales de la comunicación gana menos de 25.000 euros brutos anuales. Si ahondamos un poco en las cifras, sorprende que el 29% cobre entre 15.000 y 25.000. Y, ojo a este dato, el 23% de los periodistas de nuestro país trabaja por menos de 15.000 euros brutos al año.

Por el contrario, solo el 7% de los profesionales del sector gana entre 45.000 y 55.000 euros, siendo los periodistas de gabinetes de prensa, agencias y consultoras los que tienen los sueldos más elevados. A su vez, los menos afortunados son los periodistas digitales. Aunque Internet está considerado el fu-

turo de la profesión, incluso por los propios profesionales del sector, y se admite que es donde más oportunidades laborales hay, lo digital se paga peor.

Otros importantes datos a tener en cuenta son que el 59% de los profesionales que se dedica en España a la comunicación son mujeres y, aún así, cobran menos que los hombres. Que se sigue valorando más al trabajador que sobrepasa su horario laboral y crea un vínculo distendido con su jefe, que al que cumple con eficacia sus funciones y es capaz de organizarse en función de objetivos medibles. Y que el 90% de los trabajadores de los medios de comunicación trabaja bastante más de 35 horas semanales.

Es lógico, muy lógico diría, que el Barómetro de Opinión del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) haya publicado en el mes de febrero que los periodistas somos los profesionales peor valorados de la sociedad (después de los jueces).

Mientras amigos y familiares te recomendarían hacer medicina si vas a iniciar tus estudios universitarios, ninguna persona que reconozca quererte, y esté en su sano juicio, te empujaría a estudiar cualquiera de las ramas de la comunicación.

Otra cosa que hay que saber es que todos los medios luchan fieramente por conseguir audiencia. Y no por presumir de que su diario es el más leído, su programa el más visto, o su radio la más escuchada. La triste realidad se impone: cuanta más audiencia tienes más anunciantes quieren contratar tus servicios. Al fin, se trata del vil metal. Porque a nadie se le escapa ya que detrás de un medio hay un gran emporio económico que lo que busca, por encima de todo, es enriquecerse. Y ojo, en el año 2012 los ingresos publicitarios se redujeron en un 18,20 por ciento, por lo que la lucha es más feroz ahora si cabe.

El problema es que, en el trabajo del día a día, la selección de lo que se considera un hecho noticioso, lo que se servirá como titular a la ciudadanía, queda supeditado, por tanto, a los intereses del mercado. Triste, pero real. Y peor, cuando la información no está condicionada por el dinero, aparece el otro gran pilar de sustentación de las funciones del editor a día de hoy: la ideología. En cualquiera de los casos, quien pierde es la información.

En periódicos y radios es más fácil encontrar esos condicionantes ideológicos que en las televisiones, aunque bien es cierto que algunas cadenas han declarado abiertamente sus tendencias políticas.

La programación de las parrillas de emisión de las televisiones generalistas sólo tiene como meta conseguir más audiencia y, por tanto, más dinero. Aquí no importan los valores ideológicos, o al menos no condicionan tanto. Incluso los informativos han caído en esta lucha por los anunciantes. Ahora un *trending toppic* o un video de Youtube que haya sido visto por miles de personas, puede convertirse en titular y abrir el espacio noticioso.

Por su lado, Internet sigue investigando cuál es el nicho de mercado que puede copar. Por ello, se encuentra en un estado constante de exploración de nuevos formatos. El ciberespacio está menos condicionado, en todos los sentidos, e incluso, en esa búsqueda incesante, la especialización parece ser una fuerte baza, por lo que la ideología, en todo caso, se convertiría en una fortaleza y no en una debilidad.

¿Y qué papel juega en todo esto el periodista? Es sencillo. Después del panorama descrito en párrafos anteriores, y conociendo que los medios se han convertido en grandes emporios empresariales, en la gran mayoría de los casos no le tocará

más que ver, oír y callar. Obviamente no es una norma estricta, pero es lógico pensar que con las condiciones laborales actuales, por desgracia, pocos revolucionarios quedan en los medios de comunicación de nuestro país.

Yo llevo casi 10 años trabajando en medios de comunicación. He pasado por RNE, Onda Cero, Europa Press... pero en realidad he forjado mi currículum vitae como reportera de televisión.

He trabajado, a través de productoras, para TVE, Telecinco, Cuatro, La Sexta, Antena 3 TV, Neox, Nova... y lo he hecho en programas de muy diversa índole, detrás pero también delante de las cámaras. Y sé de lo que hablo cuando hablo de “luchar” por la audiencia, porque además ningún formato escapa de esta premisa.

Cuando empecé a trabajar en redacciones de programas de entretenimiento, lo que más me llamó la atención fueron las consignas que había establecidas en los equipos, asumidas por los compañeros y vitales para que tu trabajo saliera adelante. Y esto no ha cambiado con el tiempo. Por ejemplo... Hay una cadena que “exige” que sus invitados tengan todos los dientes. Puedes imaginar en qué situación te deja eso a ti cuando estás cerrando una entrevista vía telefónica y tienes que soltar esta perla: “Perdone ¿tiene usted todos los dientes en su sitio?”. Te aseguro que aunque la historia sea estupenda, como no tenga todas las piezas dentales, esa persona no llegará nunca al plató. Hay otra cadena que “obliga” a que sus invitados tengan buena presencia. Esto no es raro, en principio, trabajamos en el mundo de la imagen. El problema es que si se lleva a límites desmesurados se pueden provocar grandes incongruencias: “Tienes que buscar a un drogadicto, que quiera contarnos los años que lleva intentando superar su adicción a la droga, por

qué se inició en ese mundo, lo mal que lo pasó cuando le dejó su mujer y se llevó a los niños, cómo le quitaron la casa por impago de hipoteca, qué le dijeron cuando le despidieron del trabajo... Pero, oye... Eso sí, que tenga buena pinta, ¿eh?". Imagina la cara que se te queda. ¿De verdad esperan que el pobre drogadicto venga con un traje de Gucci al plató, sin que se le noten las huellas de su enfermedad, sea alto, moreno... al estilo Fran Rivera? (¡Sí, y encima que no le falten los dientes!).

Sea como fuere en esa lucha por conseguir anunciantes, todas las consignas valen y todas son pocas. Cuando se trata de entretenimiento, no deja de ser más o menos anecdótico, pero cuando hablamos de programas informativos la cosa cambia por razones obvias. Ya no se trata de rellenar un espacio con las mejores historias para conseguir más espectadores que tu competidor directo, sino que estás jugando con la confianza que el público ha depositado en ti. Y violar esa confianza, presentando como noticia cualquier mamarracha, es lo mismo que engañar.

Y para el purista que pretenda sacar ahora el eterno debate de si la televisión tiene la función de educar o de entretener, le diré lo que siempre he afirmado: puede cumplir ambas, delimitando en cada momento lo que se está haciendo, evitando, de este modo, confundir a la audiencia o llevarla a falsas creencias.

¡Cómo está la cosa!

Por norma general, la televisión ha sido siempre el medio en el que más dinero se ha cobrado. Por razones de estabilidad (tienes trabajo el tiempo que dura un programa) y libertad de horarios a favor de la empresa (no existen fines de semana ni vacaciones), los redactores de televisión han tenido los sala-

rios más elevados. Pero en este devenir de la crisis, es justo decir que son los sueldos que más han sufrido los recortes.

Si cuando empecé en este medio un ayudante de redacción cobraba 1.400 euros brutos mensuales y un redactor 2.500, ahora el redactor cobra los 1.400 y la figura del ayudante de redacción ha desaparecido.

Los reporteros nos hemos convertido en una especie de “chic@ para todo”. Ya tus funciones no son las de grabar un reportaje, sino que haces las labores del redactor (buscando la historia, su información previa, el invitado...), del productor (buscando los lugares donde se grabará, pidiendo los derechos en medio de la grabación...), del reportero (que organiza la jornada de grabación, hace las entrevistas correspondientes...), del redactor (que minuta el contenido de los brutos que han llegado de la grabación), del guionista (que con esos minutos elabora el guión de una pieza) y, en muchas ocasiones, del editor (porque también se ha puesto de moda que el reportero edite sus vídeos).

En conclusión, cobras menos que cuando empezaste 10 años atrás (ya que no se valora la experiencia que tengas, sea ésta la que sea) y realizas, en vez de un trabajo, el de 4 ó 5 personas a la vez. Cosa que también abriría un intenso debate entre los profesionales del sector, o al menos debería abrirlo.

Recuerdo un programa que hice para una cadena nacional en el que hacía imagen (o lo que es lo mismo, salía en pantalla). Era un programa de reportajes por el mundo en el que buscábamos a gente desaparecida y nos acompañaba, durante todo el tiempo, el familiar que buscaba a su ser querido. Un formato que por desgracia duró poco tiempo, pero que me llevó a lugares tan maravillosos como Cabo Verde. Y a este caso me refiero...

En esta ocasión trabajé intensamente en la redacción antes de iniciar el viaje, durante la semana de grabación, entre España y África, iba de acompañante del invitado (ojo, 24 horas al día), hice de productora solventando los problemas que surgieron a lo largo de nuestro recorrido, de traductora porque era la única del equipo que hablaba portugués (en Madrid, como conocían esta circunstancia, decidieron no contratar a un traductor profesional), de modista, maquilladora y peluquera y, por supuesto, de reportera grabando entrevistas y entradillas allá donde fuéramos.

Éste es solo un ejemplo, y el mío uno entre miles de casos, nada excepcional. Estas condiciones se repiten constantemente y cuando el sueldo al menos lo paga, te ves recompensado de algún modo. Pero cuando, aparte de hacer todo ese trabajo, cobras 1.200 euros al mes, que no te llega para vivir más que en una habitación alquilada de un piso compartido en una ciudad como Madrid, la situación es denigrante y produce escalofríos (por no decir depresión).

La realidad de hoy es que tengo compañeros, grandes profesionales con años de experiencia, que después de un tiempo buscando desesperadamente trabajo en la televisión, o cualquier otro medio, y agotar su paro mientras han llamado a todas las puertas, han decidido abandonar la profesión y dedicarse a cualquier otra cosa para poder sobrevivir.

Me vanaglorio de tener el mejor trabajo del mundo. Me siento afortunada por poder levantarme cada mañana sin saber qué me espera al entrar en la redacción. Afortunada por poder iniciar nuevos proyectos y retos constantemente.

Soy una privilegiada por haber entrevistado a lo largo de estos años de profesión a príncipes, prostitutas, premios Nobel, cantantes, toreros, directores de cine, artistas, dibujantes, inte-

lectuales, reyes, actores, cirujanos, empresarios, sindicalistas, políticos, obreros, streapers, actores porno... y haberme llevado de cada cual un pellizco de conocimiento.

Pero, por encima de cómo me haga sentir mi trabajo, entiendo que estamos en un momento en el que hay que poner límites. No sé si somos los profesionales en activo los que debemos tomar la iniciativa, ni si los proyectos que llevan dando tumbos años y años son la solución (como crear los Colegios Profesionales y el Estatuto del Periodista Profesional). Lo que está claro es que mientras no consigamos un consenso de mínimos, la nuestra seguirá siendo una profesión denostada y ninguneada.

Si algo debiera preocupar a la sociedad por completo de este país, a nuestros gobernantes, aparte de a los profesionales del medio, es que este cúmulo de circunstancias afecta directa y negativamente al derecho fundamental que recoge nuestra Constitución en su artículo 20, el derecho a la información. Este es un bien común que todos deberíamos intentar proteger. ▲